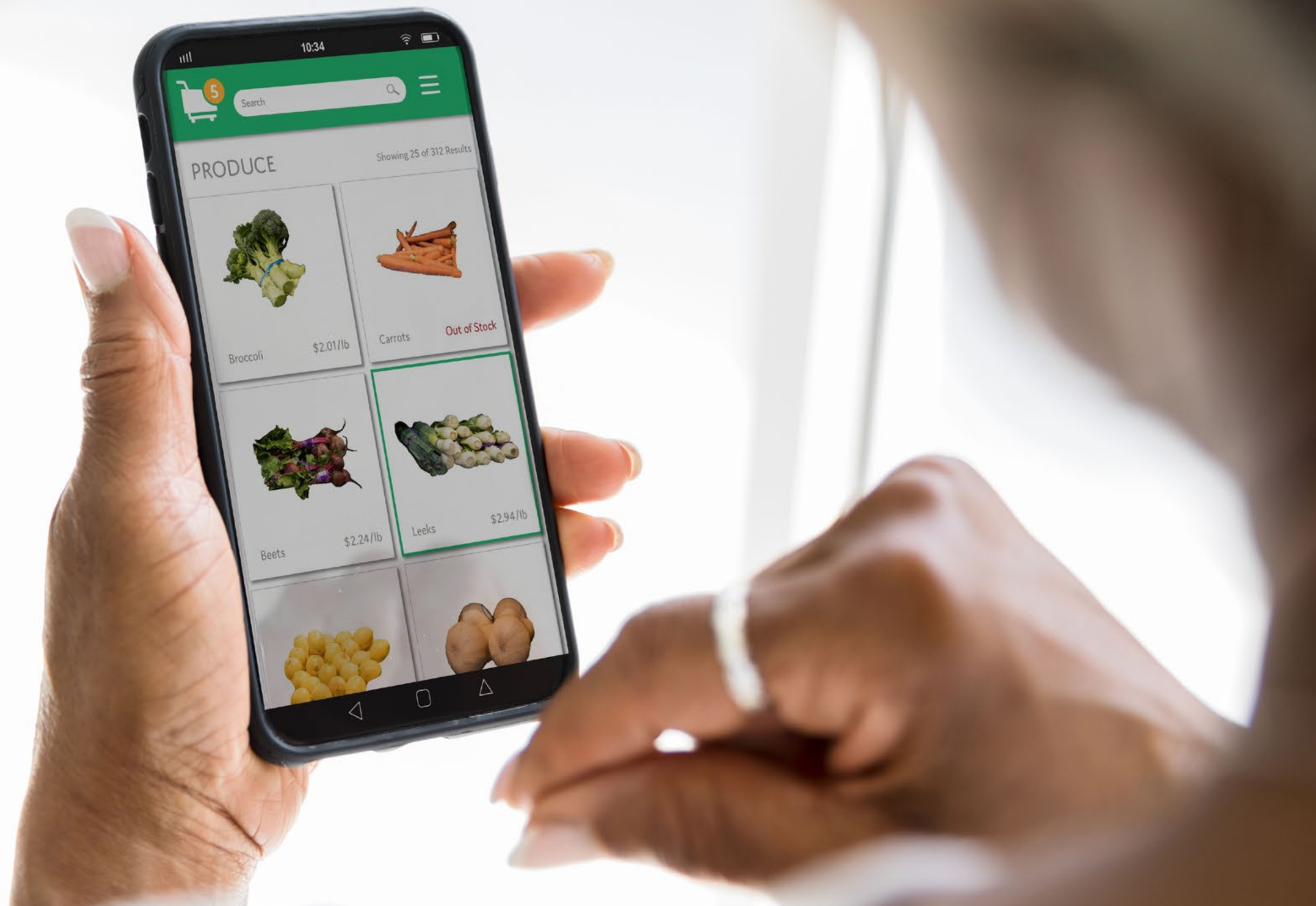




Vendas Digitais:
como captar e criar
novas jornadas para
os seus clientes



- 03** Introdução
- 04** O crescimento das vendas digitais
- 06** O posicionamento da sua empresa é importante
- 09** A necessidade e os benefícios das vendas online
- 13** Como estruturar um processo de vendas digital
- 17** Cuidados necessários para garantir a segurança nas vendas
- 20** Conclusão
- 21** Sobre a Serasa Experian





Introdução

Mesmo com a entrada de mais cidades na fase intermediária de retomada da economia, **as empresas que atuam no e-commerce seguem comemorando ótimos resultados**. Para se ter uma noção de como o setor de vendas digitais cresceu, basta observar alguns números expressivos, como demonstraremos adiante.

Além da atuação de gigantes do setor, todo esse crescimento é reflexo da necessidade de adaptação de muitas organizações. Impedidas de abrir as portas temporariamente, elas encontraram no comércio online uma interessante fonte de receita.

Se você também está de olho nessa oportunidade para amenizar consideravelmente os impactos impostos por esse momento desafiador, está no lugar certo! Neste guia completo, você confere **todos os detalhes para que sua empresa se destaque no mercado de vendas online!**



O crescimento das vendas digitais

O CRESCIMENTO DAS VENDAS DIGITAIS

Durante os meses de abril e junho de 2020, diante de um momento delicado, [5,7 milhões de pessoas](#) experimentaram comprar pela internet pela primeira vez. Para fins comparativos, o segundo trimestre do ano anterior registrou uma [adesão de 4,3 milhões](#) de consumidores à modalidade de vendas pela web.

Mesmo após a retomada completa das atividades econômicas presenciais, a expectativa de manutenção dos números agradáveis vindos do comércio eletrônico é alta entre os lojistas. O otimismo encontra respaldo no consenso sobre a **mudança comportamental dos consumidores**.

Boa parte deles descobriram a facilidade e a praticidade proporcionadas pela compra via sites ou aplicativos. Assim, a tendência é que uma parcela significativa desse volume de vendas digitais prevaleça mesmo após esse período.



Embora as circunstâncias fossem adversas, elas mostraram aos gestores que os **canais de vendas online são uma ótima alternativa para maximizar o faturamento do negócio**.

Em outras palavras, quem tem sua loja física e migrou para o meio virtual como uma saída de emergência, já pensa em sustentar ambas as operações. O sucesso, como não poderia deixar de ser, depende de investimento, planejamento e atenção a pontos-chave, como abordaremos na sequência.





O posicionamento da sua empresa é importante



No meio corporativo, poucas coisas feitas na base do improviso têm boas chances de dar certo. Então, participar da fatia de vendas online não se resume a criar um site ou aplicativo funcionais e com interface intuitiva. Tão básico quanto isso é uma preocupação precedente, relacionada ao **posicionamento da marca no mercado.**

De fato, todo cuidado é pouco para promover a sua empresa, em vez de arranhá-la. A sobrevivência, a recuperação e o reinício do crescimento financeiro do seu negócio estão totalmente atrelados à comercialização de algo.

Contudo, é preciso entender que existe um processo de construção e tanto para chegar às pessoas em momento tão delicado como o apresentado. Enquanto a vida não volta ao normal, as pessoas passaram a usar cada vez mais seus computadores e, essencialmente, smartphones.

Trata-se, portanto, de uma chance única de estreitar os laços entre elas e a marca da sua empresa via redes sociais, apps e blogs. O ideal é que, assim como já ocorria no funil de vendas, haja uma **aproximação não invasiva e direcionada a potenciais clientes**. Passar a imagem de uma empresa preocupada apenas em lucrar está fora de cogitação.

Antes de tudo, vale a pena demonstrar que seu negócio está a par de todas as transformações recentes. O discurso, entretanto, deve estar alinhado com a prática. Não adianta, por exemplo, criar uma campanha voltada aos protocolos de saúde, se os entregadores estiverem sem os equipamentos individuais de segurança que o momento exige.

Em resumo, é recomendável elevar o tom de certos valores na nova rotina operacional da empresa, como empatia, coesão e coerência. Uma vez que o planejamento de marketing siga essas premissas, sua empresa terá **grandes chances de conquistar clientes que darão retorno em curto, médio e longo prazos**.

Nessa conjuntura, não há dúvida de que as organizações que apresentem projetos construtivos e em conjunto com seus consumidores largam à frente da concorrência. Não à toa, parceria também é uma boa palavra para ser usada como símbolo.



A necessidade e os benefícios das vendas online



BAIXO INVESTIMENTO

Se você fizer uma comparação com o investimento inicial de um estabelecimento físico, descobrirá que **uma loja virtual é muito mais em conta**. Na segunda opção, não há os gastos gerados pelo consumo de energia elétrica, locação de imóveis, compra de móveis, equipamentos etc.

Existem outros custos, relacionados à aquisição de domínio e hospedagem para site (se ainda não houver), além da criação e manutenção da página. Há, ainda, o desenvolvimento e atualizações regulares do aplicativo. Soma-se a isso a infraestrutura de logística, a qual pode ser terceirizada.

Mas, então, vem a pergunta: vale a pena investir em vendas digitais? Em primeiro lugar, não só vale, como é algo extremamente **necessário para a preservação ou restabelecimento das fontes de renda de qualquer pequena ou média empresa**. Além disso, sobram benefícios por aderir às vendas online — principalmente agora.

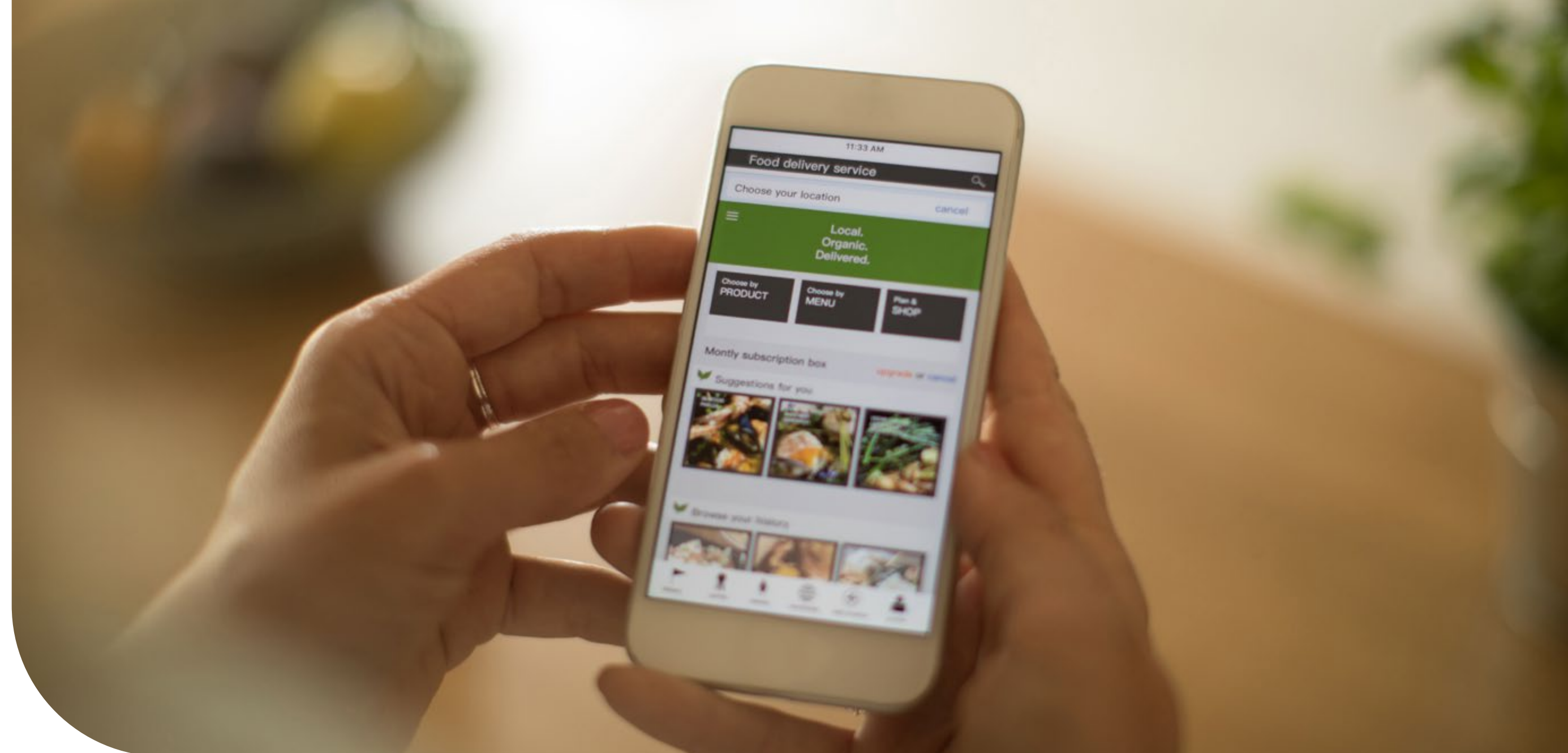
Mesmo assim, o total não supera o valor exigido para a inauguração de um ambiente físico. De acordo com o ramo de atividade da empresa, a diferença entre um investimento e outro tende a ser bem alta.



ALCANCE ELEVADO

Esse momento delicado fez com que houvesse uma **alta concentração de usuários conectados à internet**. Com ou sem horário de pico, o fato é que o consumo de dados no Brasil e no mundo se expandiu bastante. Por aqui, o aumento do tráfego de dados em banda larga chegou à [média de 40%](#), em somente três dias.

A retomada da economia e a volta das atividades presenciais deve diminuir e estabilizar esse volume de uso. De qualquer modo, lembre-se de que as pessoas adquiriram o hábito de frequentar mais os espaços virtuais. Então, há **diversas maneiras de aproveitar esse novo fluxo**, exibir sua marca para uma ampla quantidade de pessoas e conquistar novos fãs.



EXPOSIÇÃO DA MARCA 24 HORAS POR DIA

Enquanto houver internet e os serviços funcionarem sem qualquer problema de estabilidade, isso quer dizer que sua marca estará visível para seu público. Os consumidores têm rotinas e disponibilidades diferentes para acessar os sites com calma e buscar os produtos de que necessitam. Fazer tudo (ou quase) a partir da internet e em qualquer horário é o **mínimo que muita gente espera de uma empresa moderna e sintonizada com o futuro**.



ESTOQUE ENXUTO

Independentemente do nicho da empresa, mercadoria parada em estoque por muito tempo é prejuízo certo. Em tal situação, há o risco real de o produto perder o valor de mercado ou, pior, deteriorar-se, devido à ação do tempo. No caso das empresas que trabalham com itens perecíveis, o problema se agrava.

Em um ambiente virtual, o controle sobre os produtos disponíveis para pronta entrega é melhor. Salvo exceções, as pessoas já acessam um site com a expectativa de receber o item dali a alguns dias ou semanas.

Desse modo, você só precisa se preocupar em firmar parcerias com fornecedores pontuais, capazes de fazer as engrenagens girarem em ritmo harmônico e benéfico a todas as partes envolvidas. **O estoque não será zero, mas enxuto ou em sintonia com a demanda.**



Como estruturar um processo de vendas digital

Agora que você já viu por que o comércio online é uma **forma inteligente de encontrar novas oportunidades de negócio**, é preciso saber como estruturar um processo de vendas digitais. Vamos às etapas!

PLANEJAMENTO DE VENDAS

Esse planejamento deve considerar as especificidades do momento, que são únicas, como ressaltamos ao longo deste guia. Somado a isso, é interessante se dedicar a uma **pesquisa de mercado** em busca de possíveis necessidades de eventuais clientes.

Aproveite para dar uma olhada no outro lado, a fim de constatar o que os concorrentes têm feito e a maneira como vêm atuando.





DEFINIÇÃO DE PLATAFORMA

A **escolha de uma plataforma de e-commerce** é igualmente determinante para que o negócio online seja bem-sucedido. Entre os diversos critérios que devem pautar sua decisão, estão os seguintes:

- URL amigável;
- variedade de customização do layout;
- integração com ferramentas relacionadas à mensuração de acesso ao site, como o Google Analytics, e a mecanismos de publicidade, como o Google AdWords;
- otimização da interface para dispositivos móveis;
- segurança de ponta, atualizada constantemente com os mais recentes mecanismos do mercado.

DELIMITAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE MARKETING E DIVULGAÇÃO

Com base no **desenvolvimento de personas**, seu negócio passa a ser direcionado para pessoas com maior potencial de, um dia, tornarem-se clientes da sua empresa. Para acertar na hora de estabelecer e manter o contato com o cliente ideal, é imprescindível que as ações estejam amparadas em uma **estratégia de marketing digital eficaz**.

O cumprimento do propósito de gerar mais leads para o negócio e, conseqüentemente, ampliar a taxa de conversão em venda está intimamente relacionado a alguns fatores. Saber usar técnicas atuais de SEO e e-mail marketing, por exemplo, fará toda a diferença nos relatórios finais de cada período.

Tudo deve estar muito bem definido e inserido nas fases do funil de vendas. Respeitar as peculiaridades e funções a serem executadas em cada etapa do funil **é decisivo para que sua empresa obtenha os resultados desejados**.

De forma básica, existe o momento inicial, marcado pela necessidade de atrair a atenção do público-alvo e, preferencialmente, das personas ligadas à marca. A manutenção do contato levará o cliente em potencial à segunda etapa do funil. Aqui, ele começa a notar que o conteúdo fornecido pela sua empresa pode realmente ajudá-lo a encontrar uma boa solução.

A oferta do produto ou serviço acontece apenas na etapa final dessa jornada. A partir do momento em que o cliente estiver pronto para optar por uma das alternativas do mercado, cabe a você convencê-lo de **que tem a melhor solução para ele**.

Na hora de divulgar, é bom saber exatamente onde o seu público está. Além disso, convém salientar o cuidado com a linguagem usada e o canal de divulgação em questão.





Cuidados necessários para garantir a segurança nas vendas

CUIDADOS NECESSÁRIOS PARA GARANTIR A SEGURANÇA NAS VENDAS

Finalmente, você deve tomar as **medidas necessárias para que seu ambiente de vendas digitais seja seguro** para o negócio, visitantes e clientes.

Veja, a seguir, alguns fatores sobre os quais você deve se concentrar.

DETERMINAÇÃO DE UMA POLÍTICA DE CRÉDITO

Essa política diz respeito às condições estabelecidas pela empresa para conceder ou negar a liberação de crédito. O ideal é que haja uma série de **soluções integradas**, todas desenvolvidas especialmente para providenciar uma varredura nos dados financeiros de cada cliente.

INVESTIMENTO EM SEGURANÇA DE DADOS

Outra dica consiste em não poupar recursos em segurança de dados. Além da criptografia, espera-se que o site detenha **certificado digital SSL e um firewall** apto a evitar quaisquer tentativas de invasão ou interceptação de dados.

Assim que chegar ao seu site, o cliente precisa se deparar com um layout agradável aos olhos e uma interface de fácil navegação. Só não se esqueça de garantir que ele se sinta seguro. Sites bonitos, mas com aparentes sinais de vulnerabilidades, afastam os usuários e prejudicam a **reputação da marca**.



CONSULTA DE CRÉDITO E AVALIAÇÃO DE HISTÓRICO DO CLIENTE

Quando se fala em consulta de crédito, logo nos lembramos da avaliação básica, caracterizada pela verificação de dados pessoais e bancários. Em um ambiente virtual, o procedimento vai além, pois também deve considerar a frequência de visitas ao site e a localização do dispositivo conectado ao endereço.

No entanto, tome cuidado para não exagerar, já que a **intenção é proteger o caixa da empresa, mas sem burocratizar a experiência de compra.**

Tenha em vista que ela também conta pontos para que o cliente se torne visitante assíduo da sua plataforma de vendas online.

Quanto ao histórico de compras do cliente, o objetivo central é o de verificar quais são os hábitos dele no mercado. Caso ele costume atrasar pagamentos com regularidade, trata-se de um indício de que repetirá esse padrão comportamental.

Nesses casos, a decisão de autorizar uma compra parcelada deve estar alinhada à avaliação de risco inerente à transação. Se você acha tudo isso complicado, saiba que existem ferramentas criadas para facilitar e agilizar os procedimentos mencionados.

Dessa maneira, a obtenção de um **parecer técnico da situação financeira dos clientes é rápida, precisa e segura.** Você pode contar com a providencial ajuda das consultas de CPF e CNPJ da Serasa Experian. Uma das vantagens é que a pesquisa é feita tanto para clientes quanto para fornecedores. No primeiro caso, você tem a oportunidade de reduzir a taxa de inadimplência a níveis insignificantes para as finanças da empresa. No segundo, evita acordos com parceiros que estejam em uma situação financeira que tende a comprometer a entrega de produtos ou matérias-primas. Logo, a proteção se estende da fonte de receita à preservação do equilíbrio da sua rede de suprimentos.





Conclusão

A chegada de um cenário totalmente inesperado e atípico transformou diversas relações de consumo. Realidade há algum tempo, o mundo virtual intensificou ainda mais sua presença em nossas rotinas. Às empresas, cabe a **tarefa de se adaptar ao novo normal** rapidamente, mas de maneira organizada e estratégica.

Graças a este guia completo, você já sabe **como criar a infraestrutura necessária para implantar as vendas digitais** no seu negócio e conduzir o processo em plena segurança. Com nossas orientações e dicas, certamente, sua marca também começará a brilhar na web em breve.



Presente há 50 anos no mercado brasileiro, a Serasa Experian é responsável pela maior base de dados da América Latina e oferece os relatórios mais precisos e eficazes do mercado. Apoiamos empresas, empreendedores e consumidores em suas decisões de crédito e oferecemos soluções para gestão de riscos, marketing e certificação digital.

Desde 2007 somos parte do grupo Experian, a maior referência mundial em serviços de informação. Por meio de nossas soluções tecnológicas e inovadoras, desvendamos o poder dos dados para ampliar oportunidades para pessoas e empresas.



GOSTOU DESSE MATERIAL E QUER IR MAIS ALÉM?

Então não deixe de seguir o nosso blog para não perder nenhum conteúdo incrível como esse!

QUERO ACESSAR O BLOG AGORA MESMO!

